

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan tempat terhadap keputusan pembelian hijab (studi pada pelanggan *Store Nersa Hijab* Surabaya).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan *Store Nersa Hijab* dengan jumlah yang tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan bersumber dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian uji asumsi klasik yang dilakukan melalui normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan tidak melanggar syarat yang telah ditentukan. Sedangkan hasil uji kelayakan model yang dilakukan dengan uji F dan Koefisien determinasi, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Store Nersa Hijab*.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Tempat, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of price, product quality, and place on the buying decision of hijab (a case study of Store Nersa Hijab, Surabaya).

The populayion was all customers of Store Nersa Hijab with unlimited numbers. While, the data collection technique used accidental sampling, in which there were 100 respondents as sample. Moreover, the data used primary with questionnaire as the instrument. In addition, the data analysis technique used multiple linier regression.

From the reseach result, which used classical assumption test namely normality, multicollinearity, and heteroscedacity, it concluded all variables were not against the criteria given. Furthermore, from the proper test model which used F-test and determination coefficient, it concluded the model was properly used. In addition, from hypothesis test, it concluded price, product quality and place had positive and significant effect on the buying decision of Store Nersa Hijab.

Keywords: Price, Product Quality, Place, Buying Decision.

